

# ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN REKLAMASI PANTAI UTARA JAKARTA DI HARIAN KOMPAS DAN AKTUAL.COM PADA TAHUN 2015

## *FRAMING ANALYSIS OF NEWS ABOUT JAKARTA'S NORTHERN COAST RECLAMATION ON HARIAN KOMPAS AND AKTUAL.COM IN 2015*

Gemaldiani Nidaryanti Wahyuningtyas<sup>1</sup>  
Syarif Maulana, S.IP., M.LKom<sup>2</sup>  
Nur Atnan, S.IP., M.LKom<sup>3</sup>

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom  
Email: [wahyuningtyas30@gmail.com](mailto:wahyuningtyas30@gmail.com)<sup>1</sup>, [syarafulmaulini@gmail.com](mailto:syarafulmaulini@gmail.com)<sup>2</sup>, [atnannur@yahoo.com](mailto:atnannur@yahoo.com)<sup>3</sup>

### Abstrak

Isu reklamasi Pantai Utara Jakarta menimbulkan pro kontra di kalangan masyarakat, dan media pun tidak luput memberitakannya. Penelitian ini membahas tentang konstruksi realitas yang dilakukan oleh Harian Kompas dan Aktual.com dalam pemberitaan reklamasi Pantai Utara Jakarta, khususnya dalam permasalahan perijinan reklamasi Pulau G. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan metode penelitian kualitatif. Analisis framing dilakukan menggunakan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dengan memperhatikan struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Objek penelitian ini adalah teks berita mengenai pemberitaan reklamasi Pantai Utara Jakarta di media cetak Harian Kompas dan portal berita online Aktual.com. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa framing yang dibentuk oleh Harian Kompas dan Aktual.com atas berita gugatan perijinan reklamasi Pulau G di kawasan Pantai Utara Jakarta berbeda. Harian Kompas lebih bersikap netral dengan memunculkan sisi negatif dan positif melalui pernyataan yang digunakannya. Sedangkan, Aktual.com cenderung memihak dengan memunculkan sisi negatifnya saja.

**Kata kunci:** Reklamasi, Framing, Konstruksi Media

### Abstract

*The reclamation of Jakarta's Northern Coast issue rises pros and cons in the community, and the media also cover it. The researched substantially discusses about how a news framing might be affecting the reclamation of Jakarta's Northern Coast on Harian Kompas and Aktual.com. The method used in this research is qualitative approach by using constructionist paradigm, also using Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki's framing model which focuses on four structure: the syntactic structure, the structure of the script, thematic structure, and rhetorical structure. The object of this research is the news about the reclamation of Jakarta's Northern Coast on Harian Kompas and Aktual.com. The ultimate result of this research shows a different framing report from both media. Harian Kompas bringing up two-sides reclamation impact, while Aktual.com only bringing up the negative impact of reclamation.*

**Keywords:** Reclamation, Framing, Media Construction

<sup>1</sup> Mahasiswa S1 Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Telkom University

<sup>2</sup> Dosen Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Telkom University

<sup>3</sup> Dosen Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Telkom University

## 1. PENDAHULUAN

Kebijakan terkait reklamasi kawasan Pantai Utara Jakarta menjadi salah satu kebijakan yang menimbulkan polemik di kalangan masyarakat biasa hingga pejabat negara. Media pun tidak luput memberitakan polemik tersebut, meski reklamasi bukan hal yang baru kali ini terjadi di Jakarta. Jika ditelusuri, reklamasi kawasan Pantai Utara telah dilakukan sejak tahun 1980-an. Dalam catatan pemberitaan Kompas, PT Harapan Indah mereklamasi kawasan Pantai Pluit selebar 400 meter dengan penimbunan untuk permukiman mewah Pantai Mutiara. PT Pembangunan Jaya juga melakukan reklamasi kawasan Ancol sisi utara untuk kawasan industri dan rekreasi sekitar tahun 1981. Sepuluh tahun kemudian, hutan bakau Kapuk yang direklamasi untuk kawasan permukiman mewah yang saat ini dikenal dengan sebutan Pantai Indah Kapuk. Kemudian tahun 1995, reklamasi ditujukan sebagai alas bagi Kawasan Berikat Marunda (Kompas 11/11/15).

Polemik perihal perizinan reklamasi kawasan Pantai Utara Jakarta kembali terjadi di era kepemimpinan Ahok saat ini. Dari sembilan perusahaan pengembang yang akan melaksanakan proyek reklamasi 17 pulau di utara Jakarta ini, dua diantaranya telah diberikan izin pelaksanaan yaitu PT Kapuk Naga Indah untuk reklamasi Pulau C, D, dan E pada 2012 di era kepemimpinan Fauzi Bowo dan PT Muara Wisesa Samudra untuk reklamasi Pulau G pada 2014. Izin pelaksanaan reklamasi Pulau G yang kemudian dikenal dengan sebutan Pluit City oleh PT Muara Wisesa Samudra, diterbitkan pada 23 Desember 2014. Izin tersebut tertuang dalam Keputusan Gubernur DKI Jakarta Nomor 2238 Tahun 2014.

Izin pelaksanaan yang terbit mengacu pada kebijakan lama yaitu Keputusan Presiden Nomor 52 Tahun 1995 tentang Reklamasi Pantai Utara Jakarta. Namun, pada tahun 2012 Presiden Susilo Bambang Yudhoyono membuat kebijakan baru tentang reklamasi di wilayah pesisir dan pulau-pulau kecil yang tertuang dalam Peraturan Presiden Nomor 122 Tahun 2012. Perpres tersebut menyetujui praktik pengaplinan wilayah pesisir dan pulau-pulau kecil di Teluk Jakarta, tapi di dalamnya juga disebutkan ada hak Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) dan Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) terkait rencana reklamasi di kawasan tersebut. Sehingga, izin yang diterbitkan Gubernur Ahok untuk PT Wisesa Samudra dianggap ilegal karena melanggar aturan tersebut.

Meski demikian, Pemprov DKI bersikukuh tidak ada masalah perizinan. Kepala Biro Hukum Pemprov DKI menyatakan, izin lokasi dan izin pelaksanaan reklamasi yang diberikan kepada PT Muara Wisesa Samudra diajukan sebelum Perpres 122/2012 keluar. Selain itu, ketentuan penutup dalam Perpres tersebut tidak mengatur pencabutan Keppres 52/1995.

Proyek reklamasi 17 pulau buatan di Pantai Utara Jakarta yang menuai pro dan kontra ini pun turut diberitakan oleh media lokal dan nasional baik *online* maupun konvensional (media cetak). Dalam pemberitaan yang dilakukan, penolakan keras datang dari Kesatuan Nelayan Tradisional Indonesia (KNTI), Koalisi Rakyat untuk Keadilan Perikanan (KIARA), dan Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) yang didukung oleh *Indonesia Center for Environmental Law* dan Lembaga Bantuan Hukum Jakarta. Berbagai alasan penolakan dipaparkan seperti membahayakan berbagai ekosistem mangrove dan padang lamun di sekitar wilayah reklamasi, menghilangkan fungsi mangrove untuk menahan terjadinya abrasi dan intrusi air laut, reklamasi diduga berbalut kepentingan ekonomis dan hanya menguntungkan investor serta masyarakat kelas ekonomi menengah ke atas saja, merusak ekosistem kawasan pesisir, dan izin AMDAL yang rentan dimanipulasi.

Sementara itu, pihak yang mendukung reklamasi menyebut langkah ini untuk menjawab kebutuhan hunian dan keterbatasan daratan. Kawasan reklamasi bisa membentuk rekayasa pulau yang diklaim mencegah banjir rob. Selain itu, reklamasi juga akan meningkatkan investasi kawasan pesisir, mengembangkan kawasan permukiman terpadu di dalam kota, mengatasi persoalan kemacetan kota dan menambah ruang publik.

Atas dasar perbedaan penafsiran dan pertimbangan terkait reklamasi itulah peneliti tertarik untuk meneliti pembingkai yang dilakukan oleh media massa dalam pemberitaan reklamasi Pantai Utara Jakarta. Adanya pro dan kontra mengiringi reklamasi Pantai Utara Jakarta inilah yang membuat isu ini memiliki nilai berita. Dengan adanya perbedaan kecenderungan pemberitaan yang ada di masing-masing media itu, peneliti tertarik untuk menjadikan berita dari Harian Kompas dan Aktual.com sebagai objek penelitian. Peneliti ingin mengetahui bagaimana perbedaan diantara kedua media tersebut dalam membingkai pemberitaan reklamasi Pantai Utara Jakarta.

*Framing* model Pan dan Kosicki digunakan peneliti untuk melihat fakta-fakta apa yang ditekankan dan bagaimana media massa berperan dalam membingkai permasalahan terkait Reklamasi Pantai Utara Jakarta secara lebih komprehensif. Dibandingkan dengan ketiga model *framing* lainnya, model Pan dan Kosicki lebih

sistematis dan detail dalam menguraikan pemberitaan media, dalam hal ini berita tentang Reklamasi Pantai Utara Jakarta.

## 2. TINJAUAN TEORI

### Teori Agenda Setting

Teori agenda setting diperkenalkan oleh Mc Combs dan DL Shaw dalam Public Opinion Quarteley tahun 1972, berjudul *The Agenda Setting Function of Mass Media*. Asumsi dasar teori agenda setting adalah jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan memengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting (Bungin, 2008:281). Asumsi teori ini adalah jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting. Jadi, apa yang dianggap penting oleh media, penting juga bagi masyarakat.

### Komunikasi Massa

Komunikasi massa (*mass communication*) ialah komunikasi media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan untuk umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop (Effendy, 2007:79)

Rakhmat (dalam Ardianto dkk, 2009:6) merangkum definisi-definisi komunikasi massa menjadi: “komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat”.

### Media Massa

Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula (Bungin, 2008:72).

Menurut Ardianto (2009:103) media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media *online* (internet).

### Jurnalisme Online

Jurnalisme *online* merupakan salah satu jenis jurnalisme yang berkembang pesat saat ini. Perkembangan internet yang cepat membuat jurnalisme *online* mempunyai andil yang cukup besar dalam menyampaikan informasi ke masyarakat. Deuze menyatakan bahwa perbedaan jurnalisme *online* dengan media tradisional adalah pada keputusan jenis baru yang dihadapi oleh para wartawan cyber. “*Online journalism* harus membuat keputusan-keputusan mengenai format media yang paling tepat mengungkapkan sebuah kisah tertentu dan harus mempertimbangkan cara-cara untuk menghubungkan kisah tersebut dengan kisah lainnya, arsip-arsip, sumber-sumber, dan lain-lain melalui *hyperlinks*” (Santana, 2005:137).

### Media Online sebagai Media Massa

Media *online* adalah media massa yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet. Media *online* adalah media massa “generasi ketiga” setelah media cetak (*printed media*) seperti koran, tabloid, majalah, dan buku; dan media elektronik (*electronic media*) seperti radio, televisi, dan film/video (Ramdan, 2012:10).

Menurut Ashadi Siregar (dalam Kurniawan, 2005:20) media *online* adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Di dalamnya terdapat portal, *website* (situs web), *radio-online*, *TV-online*, *pers online*, *mail-online*, dengan karakteristik masing-masing dengan fasilitas yang memungkinkan *user* memanfaatkannya.

### Konstruksi Realitas Media Massa

Istilah konstruksi sosial atas realitas (*sosial contruction of reality*), menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul, *The Sosial Construction of Reality: A treatise in the Sociology of Knowledge* (1996). Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, yang mana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif (Bungin, 2008:189).

Realitas sosial tersebut adalah pengetahuan yang bersifat keseharian yang hidup dan berkembang di masyarakat, seperti konsep, kesadaran umum, wacana publik, sebagai hasil dari konstruksi sosial. Realitas sosial

dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Menurut Berger dan Luckmann, konstruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan (Bungin, 2008: 192).

Di sini media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. Pandangan semacam ini menolak argumen yang menyatakan media seolah-olah sebagai tempat saluran bebas. Berita yang kita baca bukan hanya menggambarkan realitas, bukan hanya menunjukkan pendapat sumber berita, melainkan juga konstruksi dari media itu sendiri (Eriyanto, 2012:26).

### **Proses Produksi Berita**

Fishman (dalam Eriyanto, 2012:116) berpandangan bahwa berita bukanlah refleksi atau distorsi dari realitas yang seakan berada di luar sana, titik perhatian tentu saja bukan apakah berita merefleksikan realitas. Kalaupun berita itu merefleksikan realitas sesuatu maka refleksi itu adalah praktik pekerja dalam organisasi yang memproduksi berita. Berita adalah apa yang pembuat berita buat.

Tahap paling awal dari produksi berita adalah bagaimana wartawan mempersepsi peristiwa atau fakta yang akan diliput. Berita adalah hasil akhir dari proses kompleks dengan menyortir (memilah-milah) dan menentukan peristiwa dan tema-tema tertentu. Seperti yang dikatakan MacDougall, setiap hari ada jutaan peristiwa di dunia ini, dan semuanya secara potensial dapat menjadi berita.

### **Nilai Berita**

Sumadira (2008:80) menyebutkan kriteria umum nilai berita menunjuk kepada sembilan hal menurut Brian S. Brooks, George Kennedy, Darly R. Moen dan Don Ranly dalam *News Reporting and Editing*. Beberapa pakar lain menyebutkan, ketertarikan manusiawi (*humanity*) dan seks (*sex*) dalam segala dimensi dan manifestasinya, juga termasuk ke dalam kriteria umum nilai berita yang harus diperhatikan dengan seksama oleh para reporter dan editor media massa.

### **Reklamas i**

Menurut UU Nomor 27 Tahun 2007, pasal 1 angka 23 Tentang Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau-pulau Kecil, reklamasi dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh orang dalam rangka meningkatkan sumber daya lahan ditinjau dari sudut lingkungan dan sosial ekonomi dengan cara pengurungan, pengeringan lahan atau drainase. Tujuan utama reklamasi adalah menjadikan kawasan berair yang rusak atau tak berguna, menjadi lebih baik dan bermanfaat. Kawasan baru tersebut biasanya dimanfaatkan untuk kawasan pemukiman, perindustrian, bisnis dan pertokoan, pelabuhan perkotaan, pertanian, serta proyek wisata. (Darmawan, 2013).

### **Analisis Framing Pan dan Kosicki**

Menurut Pan dan Kosicki, ada dua konsepsi framing yang saling berkaitan, yaitu konsepsi psikologis dan konsepsi sosiologis. Dalam konsepsi psikologis, framing dilihat sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks khusus dan menempatkan elemen tertentu dari suatu isu dengan penempatan informasi dalam suatu konteks khusus dan menempatkan elemen tertentu itu menjadi lebih penting dalam mempengaruhi pertimbangan seseorang saat membuat keputusan tentang realitas. Sedangkan dalam konsepsi sosiologis, framing dipahami sebagai proses bagaimana seseorang mengklarifikasi, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalamannya untuk mengerti dirinya dan realitas di luar dirinya.

Model Pan dan Kosicki mengoperasionalkan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat framing yaitu Sintaksis, Skrip, Tematik, dan Retoris. Keempat dimensi struktural ini membentuk semacam tema yang mempertautkan elemen-elemen semantik narasi berita dalam suatu koherensi global. Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide. Frame merupakan suatu ide yang dihubungkan dengan elemen berbeda dalam teks berita sampai kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu sampai ke dalam teks secara keseluruhan.

## **3. METODOLOGI PENELITIAN**

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Sugeng (2015:28) menyatakan paradigma konstruktivistik adalah paradigma penelitian yang melihat suatu realita dibentuk oleh berbagai macam latar belakang sebagai bentuk konstruksi realita tersebut. Dalam pandangan konstruktivis, media bukanlah saluran yang bebas. Media merupakan subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Apa yang tersaji dalam berita, dan kita baca tiap hari, adalah produk dari pembentukan realitas oleh media (Eriyanto, 2012:26).

Berdasarkan paradigma konstruktivis yang menggunakan analisis *framing*, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Para peneliti kualitatif menekankan sifat realita yang terbangun secara sosial, hubungannya erat antara peneliti dengan subjek yang diteliti, dan tekanan situasi yang membentuk penyidikan (Denin & Lincoln, 2009:6).

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### **Pembingkaihan Berita Reklamasai Pantai Utara Jakarta di Harian Kompas**

Analisis framing berita yang berjudul “Keputusan Gubernur Kembali Digugat”, Kompas terlihat sangat berhati-hati dalam melakukan pemberitaan terkait kasus perizinan reklamasai. Kompas berusaha untuk menyajikan berita tersebut secara berimbang dengan memasukkan dua pendapat dari pihak-pihak yang terlibat yaitu dari perwakilan nelayan yang melakukan gugatan dan dari pihak Pemprov DKI Jakarta selaku yang tergugat. Di satu sisi Kompas memandang bahwa gugatan yang dilayangkan pantas karena merugikan nelayan dan juga melanggar prosedur hukum. Namun, di sisi lain Kompas juga beranggapan bahwa reklamasai ini merupakan alternatif yang tidak buruk untuk memperluas wilayah daratan Ibukota.

Keberimbangan menunjukkan netralitas dalam sebuah berita. Disini dapat dilihat Kompas membuat beritanya dengan memaparkan fakta dampak baik dan buruk reklamasai Teluk Jakarta bagi masyarakat Jakarta, khususnya nelayan. Meskipun, fakta-fakta tersebut diperoleh dari narasumber-narasumber yang digunakan Kompas.

##### **Pembingkaihan Berita Reklamasai Pantai Utara Jakarta di Portal Berita Aktual.com**

Portal Aktual.com melalui proses analisis framing model Pan dan Kosicki, peneliti menemukan bahwa artikel berita yang dimuat situs ini lebih menekankan penolakan terhadap reklamasai Pantai Utara Jakarta. Pernyataan dari narasumber dan penggunaan kata-kata yang ditonjolkan, menunjukkan keberpihakan Aktual.com terhadap masyarakat pesisir dalam hal ini nelayan Teluk Jakarta.

Tujuan pembentukan realitas media yang dilakukan Aktual.com ditinjau dari teori konstruksi realitas sosial, Aktual.com berusaha mempengaruhi pembaca dengan menonjolkan sisi negatif dari reklamasai Pantai Utara Jakarta khususnya terhadap kehidupan nelayan. Sebagai situs berita, Aktual.com gagal melaksanakan kewajibannya untuk menyampaikan berita secara objektif. Berita yang dimuat menggunakan narasumber dari kalangan nelayan.

#### 5. SIMPULAN DAN SARAN

##### **Kesimpulan**

Harian Kompas dalam pemberitaannya mengkonstruksi realitas isu reklamasai Pantai Utara Jakarta lebih bersikap netral dengan memunculkan sisi negatif dan positif melalui pernyataan dari narasumber yang digunakannya. Sedangkan, portal Aktual.com mengkonstruksi realitas isu reklamasai Pantai Utara Jakarta cenderung memihak dengan memunculkan sisi negatifnya saja. Adapun kesimpulan dari masing-masing aspek model framing Pan dan Kosicki adalah sebagai berikut:

1. Aspek sintaksis Harian Kompas dan Aktual.com sama-sama tidak melibatkan opini jurnalis dalam beritanya. Kutipan-kutipan pernyataan dari masing-masing narasumber yang digunakan Kompas maupun Aktual.com dalam beritanya adalah sebagai verifikasi fakta yang disampaikan kedua media tersebut.
2. Aspek skrip Harian Kompas pada pemberitaannya memiliki unsur skrip yang mendetail. Ketiga narasumber yang digunakan Kompas dijelaskan 5W+1H-nya. Sedangkan, unsur skrip dalam pemberitaan yang dimuat Aktual.com tidak lengkap. Kelengkapan unsur skrip dalam berita dijadikan sebagai acuan dari keakuratan berita.
3. Aspek tematik Harian Kompas menceritakan tiga tema dalam beritanya, dan Aktual.com mengusung satu tema dengan judul yang sesuai.
4. Aspek retorik yang digunakan Harian Kompas relatif positif dan berusaha untuk tidak memihak dalam pemberitaannya. Sedangkan Aktual.com menggunakan kosakata yang cenderung negatif dan menimbulkan kesan reklamasai merugikan bagi masyarakat pesisir khususnya nelayan.

Dari paparan diatas, dapat ditarik kesimpulan secara lebih ringkas mengenai pembingkaihan media terhadap pemberitaan Reklamasai Pantai Utara Jakarta. Jadi, dalam isu reklamasai Pantai Utara Jakarta merupakan

masalah yang cukup penting untuk diulas dan menurut pandangan media sendiri, terdapat pro dan kontra terkait isu Reklamas i Pantai Utara Jakarta yang dibuktikan dengan tidak sedikit media yang memberitakan hal tersebut.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

1. Saran kepada peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan isu yang sama, maka dapat menggunakan teori berbeda seperti analisis wacana kritis dan juga membahas isu ini secara lebih mendalam untuk melihat pembingkaiannya yang dilakukan oleh media massa.
2. Sebagai media massa, tentu surat kabar dan portal berita *online* dalam memuat beritanya berbeda. Namun, persamaannya adalah kedua media ini sama-sama ingin menyebarkan informasi kepada khalayak. Oleh karena itu, sebaiknya kedua media berpegang teguh pada etika jurnalistik dan profesionalisme.
3. Terakhir, untuk penelitian selanjutnya mengenai pembingkaiannya rekalamasi Pantai utara Jakarta di media, sebaiknya membandingkan media cetak dengan media cetak dan media online dengan media online.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, Lukiat Komala, dan Siti Karlinah. 2009. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Denzin, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research (Terjemahan oleh Dariyantno, Badrus Samsul Fata, Abi, John Rinaldi)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Eriyanto. 2012. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKIS Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Fauzi, Arifatul Choiri. 2007. *Kabar-kabar Kekerasan dari Bali*. Yogyakarta: PT LKIS Pelangi Aksara.
- Kurniawan, Agung. 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Pembaruan.
- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Santana, K. Septiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Sugiyono. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sumadiri, Haris. 2008. *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

### Tesis

- Darmawan, I Gede Surya. 2013. *Pemanfaatan Lahan Pra dan Pascareklamasi di Pulau Serangan*. Program Magister Studi Arsitektur, Universitas Udayana Denpasar.

### Internet

<http://print.kompas.com/baca/2015/11/11/Dilema-Reklamasi-Pantai-Jakarta>